

ANALISIS PENGARUH HARGA, KERAGAMAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Oleh

Ali Kurniawan

Program S1 MANAJEMEN Universitas PGRI Yogyakarta

ABSTRAK

Ali Kurniawan. Analisis Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Studi Kasus Pada konsumen Pedagang Kaki Lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul. Skripsi. Yogyakarta. Fakultas Ekonomi, Universitas PGRI Yogyakarta. Januari 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga , keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian di PKL desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul.

Penelitian ini dilaksanakan di PKL desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul. Model pengumpulan data menggunakan metode wawancara kuesioner dan observasi yang dilakukan dengan sistematis berdasarkan tujuan penelitian. Metode analisis menggunakan analisis regresi linear berganda, dengan menggunakan uji F dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga, keragaman produk dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di PKL desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul, secara parsial maupun secara simultan.

Nilai koefisien determinasi sebesar 51%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa 51% keputusan pembelian konsumen di PKL desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul dipengaruhi oleh variabel harga, keragaman produk dan lokasi sedangkan 49% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Keragaman Produk, Lokasi dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Ali Kurniawan. The analysis of price influence, product diversity and location to the purchase decision. A case study on street vendors consumer at Tamantirto Village Kasihan Subdistrict Bantul Regency. Undergraduated Thesis. Yogyakarta, Economy Faculty, PGRI University of Yogyakarta. January 2017.

This study aimed to identify how much the price influence, product diversity and location to the purchase decision on street vendors consumer at Tamantirto Village Kasihan Subdistrict Bantul Regency.

This study is conducted on street vendors at Tamantirto Village Kasihan Subdistrict Bantul Regency. Data collections technique used interview, questionnaire and observations which were conducted systematically based on research purpose. Analysis method used double linear regression analysis with F test and t test.

The result showed that the price variable, product diversity and location had a significant influence on consumer purchase decision street vendors at Tamantirto Village Kasihan Subdistrict Bantul Regency, both partially and simultaneously.

The determination coefficient was 51%, therefore it can be concluded that 51% of consumer purchasing decision on street vendors at Tamantirto Village Kasihan Subdistrict Bantul Regency is influenced by price variable, product diversity and location, meanwhile 49% is influenced by other variables which are not observed in this research.

Keywords: Price, Product Diversity, Location and Purchasing Decision.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pedagang Kaki Lima (Sektor Informal) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mereka yang melakukan kegiatan usaha dagang perorangan atau kelompok yang dalam menjalankan usahanya menggunakan tempat-tempat fasilitas umum, seperti trotoar, pingir-pingir jalan umum, dan lain sebagainya. Kriteria lainnya adalah pedagang yang menjalankan kegiatan usahanya dalam jangka waktu tertentu dengan menggunakan sarana atau perlengkapan yang mudah dipindahkan, dibongkar pasang dan mempergunakan lahan fasilitas umum sebagai tempat usaha.

Desa Tamantirto kecamatan Kasihan Bantul merupakan salah satu desa yang memiliki lokasi dekat dengan salah satu perguruan tinggi

swasta di Yogyakarta. Di wilayah ini sedang mengalami perkembangan, dimana banyak perumahan baru didirikan, sehingga memiliki potensi yang bagus untuk di jadikan sebagai tempat usaha. Hal ini menjadi daya dorong munculnya pedagang kaki lima di kawasan tersebut.

PKL yang bermunculan di desa Tamantirto kebanyakan bergerak di usaha kuliner dengan memiliki keanekaragaman produk yang ditawarkan seperti : gorengan, singkong keju, bubur kacang ijo, sate ayam Madura, batagor dan ayam panggang. Keberadaan pedagang kaki lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan tersebut juga memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar, karena secara tidak langsung memudahkan masyarakat sekitar ketika ingin membeli jajanan kuliner,

dan menambah pemasukan kas desa karena setiap bulannya pedagang kaki lima menyetorkan sejumlah uang retribusi sesuai kesepakatan bersama.

Kotler, (1996) berpendapat bahwa dengan semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada terutama persaingan bisnis yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati atau perilaku konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan. Hal tersebut dikarenakan dalam konsep pemasaran, salah satu cara untuk mencapai tujuan perusahaan adalah dengan mengetahui

apa kebutuhan dan keinginan konsumen atau pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang di kemukakan, maka dapat di rumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada pedagang kaki lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan?
2. Bagaimana pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada pedagang kaki lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan?

3. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pedagang kaki lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan ?
4. Bagaimana pengaruh harga, keragaman produk, lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada pedagang kaki lima di desa Tamantirto kecamatan Kasihan ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang hendak di capai adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk di pedagang kaki lima desa Tamantirto kecamatan Kasihan

2. Untuk mengetahui pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian produk di pedagang kaki lima desa Tamantirto kecamatan Kasihan
3. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian produk di pedagang kaki lima desa Tamantirto kecamatan Kasihan
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, pengaruh keragaman produk, pengaruh lokasi secara bersama terhadap keputusan pembelian produk di pedagang kaki lima desa Tamantirto kecamatan Kasihan.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pedagang

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi perusahaan dalam menentukan langkah-langkah yang tepat dalam upaya mengembalikan tingkat kepercayaan konsumen dengan cara memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian sehingga mampu meningkatkan volume penjualan kembali.

2. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai manfaat dari keputusan pembelian dalam

dunia bisnis untuk diterapkan di masa yang akan datang

3. Bagi pihak akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

Kajian Pustaka

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Stoner, 2006).

Pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan berpindahnya barang dari produsen pertama ke konsumen

terakhir Kotler and Keller (2009). Sedangkan Philip Kotler (2009), mendefinisikan pemasaran sebagai suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Pemasaran dapat di definisikan sebagai suatu proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu. (Kotler 2000 : 11).

Menurut Kotler (2005:17) bahwa “Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus-menerus mencapai tujuan

pemasarannya di pasar sasaran”.

Berdasarkan definisi tersebut diatas bahwa bauran pemasaran adalah kombinasi beberapa elemen bauran pemasaran untuk memperoleh pasar, pangsa pasar yang lebih besar, posisi bersaing yang kuat dan citra positif pada pelanggan sehingga dapat kita artikan bahwa tujuan pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan, meningkatkan hasil penjualan, serta dapat memberikan keuntungan untuk perusahaan dan stakeholdernya.

Keputusan pembelian pada produk adalah suatu hal yang sangat erat berkaitan dengan perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan unsur penting didalam kegiatan pemasaran suatu produk yang perlu diketahui oleh perusahaan, karena perusahaan pada dasarnya tidak

mengetahui apa yang ada didalam pikiran seorang konsumen pada waktu sebelum, sesudah, dan setelah melakukan pembelian.

Tjiptono(2008:151), harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sedangkan menurut Kotler(2002:160) harga adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas .

Menurut Kotler dan Keller (2007:15) mendefinisikan keragaman produk sebagai berikut: “Keragaman produk adalah kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjualn tertentu kepada pembeli. Sedangkan menurut Simamora (2000:441), keragaman produk ialah seperangkat lini produk dan unsur

yang ditawarkan oleh penjual tertentu pada para pembeli”.

Menurut Fandy Tjiptono dalam Wahyudi (2014:7) ” Lokasi Usaha adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui analisis pengaruh harga, keragaman produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada PKL desa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul.

Data yang diperoleh adalah dengan uji coba instrument dengan uji validitas dan reliabilitas dengan 30 responden, setelah melakukan uji coba instrument peneliti melakukan

penelitian dengan menggunakan analisis linier berganda, yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independent dengan variabel dependen. Sedangkan untuk melakukan pengujian hipotesis digunakan alat uji yaitu uji t, uji F dan Koefisien Determinasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Sub variabel	Koefisien regresi (b)	t-hitung	Sig	kesimpulan
harga	0,389	3,152	0,003	signifikan
Keragaman produk	0,255	2,392	0,020	signifikan
lokasi	0,311	3,050	0,003	signifikan
Konstanta = 1,414				
Adj. R ² = 0,510				
F ratio = 21,463, sig F = 0,000				
Dependent variable : keputusan pembelian (Y)				

Berdasarkan uji hipotesis yang digunakan dengan responden 60 orang dan menggunakan analisis linier berganda di peroleh bahwa Koefisien regresi variabel harga (X1) mempunyai arah positif dalam

pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,389. Koefisien regresi variabel keragaman produk(X2) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,255. Koefisien regresi variabel lokasi (X3) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sebesar 0,311.

Dan hasil uji F dengan perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 21,463 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama hipotesis yang menyatakan bahwa harga, keragaman produk dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan didukung oleh hasil penelitian. Untuk

uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan masing-masing variabel bebas (harga, keragaman produk dan lokasi) berada dibawah 0,05. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga, keragaman produk dan lokasi memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sedangkan hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,510. Hal ini berarti 51% Keputusan pembelian dipengaruhi harga, keragaman produk dan lokasi, sedangkan sisanya 49% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah terbukti bahwa harga, keragaman produk dan lokasi secara individu dan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PKL didesa Tamantirto kecamatan Kasihan kabupaten Bantul.

Daftar Pustaka

- Ghozali, Iman. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*, Cetakan Keempat, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. dan Kevin, K. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa (Teori dan Praktek)*. Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono (2013) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen. Pedoman penelitian untuk skripsi, tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro